



HENKEL GESCHÄFTSJAHR 2020

Carsten Knobel, Marco Swoboda | 4. März 2021



► DISCLAIMER

Dieses Dokument enthält Aussagen, die sich auf unseren künftigen Geschäftsverlauf und künftige finanzielle Leistungen sowie auf künftige Henkel betreffende Vorgänge oder Entwicklungen beziehen und zukunftsgerichtete Aussagen darstellen können. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Solche Aussagen beruhen auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel AG & Co. KGaA. Diese Aussagen sind nicht als Garantien dafür zu verstehen, dass sich diese Erwartungen auch als richtig erweisen. Die zukünftige Entwicklung sowie die von der Henkel AG & Co. KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher (sowohl negativ als auch positiv) wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, zum Beispiel das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung.

Dieses Dokument enthält – in einschlägigen Rechnungslegungsrahmen nicht genau bestimmte – ergänzende Finanzkennzahlen, die sogenannte alternative Leistungskennzahlen sind oder sein können. Für die Beurteilung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von Henkel sollten diese ergänzenden Finanzkennzahlen nicht isoliert oder als Alternative zu den im Konzernabschluss dargestellten und im Einklang mit einschlägigen Rechnungslegungsrahmen ermittelten Finanzkennzahlen herangezogen werden. Andere Unternehmen, die alternative Leistungskennzahlen mit einer ähnlichen Bezeichnung darstellen oder berichten, können diese anders berechnen.

Dieses Dokument wurde nur zu Informationszwecken erstellt und stellt somit weder eine Anlageberatung noch ein Angebot zum Verkauf oder eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren irgendwelcher Art dar.



Henkel

TRANSPARENZ
& VERTRAUEN

VOLLE VERANTWORTUNG
FÜR ERGEBNISSE

VERÄNDERUNGEN
VORANTREIBEN

WAS SIE HEUTE ERWARTET

01 Wesentliche Entwicklungen 2020

02 Purposeful Growth Agenda –
Fortschritte im ersten Jahr

03 Finanzaahlen 2020

04 Ausblick 2021

05 Purposeful Growth Agenda –
Weg nach vorne 2021

06 Zusammenfassung

AGENDA

- 01** **Wesentliche Entwicklungen 2020**
- 02** Purposeful Growth Agenda – Fortschritte im ersten Jahr
- 03** Finanzzahlen 2020
- 04** Ausblick 2021
- 05** Purposeful Growth Agenda – Weg nach vorne 2021
- 06** Zusammenfassung

▶ WESENTLICHE ENTWICKLUNGEN IM JAHR 2020

ROBUSTE GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Effektiver Umgang mit COVID-19

- Erfolgreicher Umgang mit einem sehr herausfordernden Umfeld
- Fokus auf Arbeitssicherheit, Versorgung der Kunden und Unterstützung der Gemeinden



Robuste Entwicklung

- Nominaler Umsatz: 19,3 Mrd. Euro, organisch: -0,7%
- Profitables Geschäft mit ber. EBIT-Marge von 13,4%

Starke finanzielle Basis

- Sehr starker Free Cashflow und niedriger Schuldenstand
- Erfolgsbilanz mit stabiler oder steigender Dividende fortgesetzt¹



WIN THE 20s
THROUGH
**PURPOSEFUL
GROWTH**

Ganzheitliches Wachstum

- Umsetzung der Agenda für ganzheitliches Wachstum auf Kurs
- Klarer Plan für die weitere Umsetzung im Jahr 2021

¹ Vorschlag an die Aktionäre bei der Hauptversammlung am 16. April 2021

▶ ENTSCHLOSSENE REAKTION AUF COVID-19-PANDEMIE

- **Schnelle und gezielte Umsetzung des Pandemieplans**, entschlossenes Handeln mit allen lokalen Teams
- **Hohe Agilität in der Supply Chain**, große Mehrheit der Produktionsstätten während der gesamten Krise geöffnet
- **Schnelles Handeln, um neue Verbraucherbedürfnisse zu erfüllen**, bei Hygieneprodukten, Desinfektions- und Reinigungsmitteln
- **Handeln als ein globales Team** während der Pandemie mit enger Zusammenarbeit und hoher Transparenz
- **Globales Solidaritätsprogramm** unterstreicht Verantwortung für die Gesellschaft



**“WIR KÜMMERN
UNS. UND WIR
HANDELN!”**

> 500	> 5 Mio.	> 110 Tsd.
Projekte in 45 Ländern	Produktspenden	Liter Desinfektionsmittel



Sicherheit der Mitarbeiter gewährleisten, Versorgung der Kunden und Unterstützung der Gemeinden zu jeder Zeit

▶ UNTERSCHIEDLICHE AUSWIRKUNGEN DER PANDEMIE AUF RELEVANTE MÄRKTE

ADHESIVE TECHNOLOGIES



AUTOMOBIL



LIFESTYLE



LUFTFAHRT



VERPACKUNG



HANDWERK &
BAU



ELEKTRONIK

KONSUMENTENGESCHÄFTE



FRISUREGESCHÄFT



SPEZIALWASCHMITTEL



STYLING



KÖRPERPFLEGE

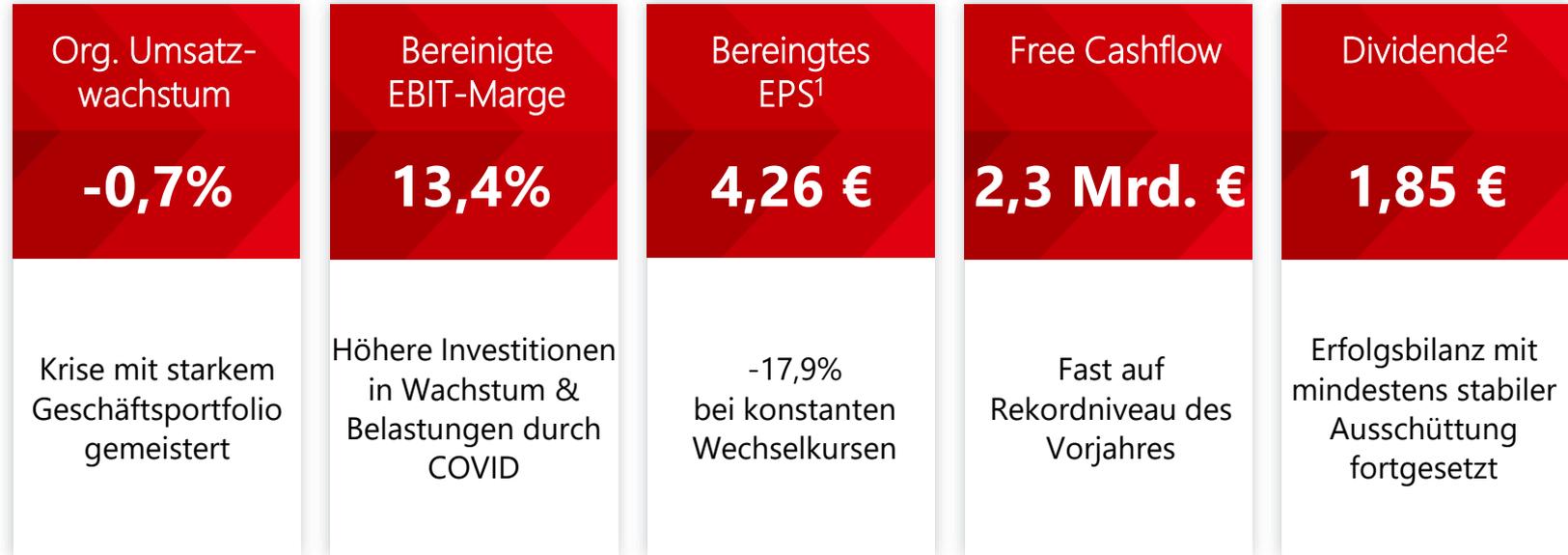


OBERFLÄCHENREINIGER



COLORATIONEN

▶ ROBUSTE ERGEBNISSE DANK DIVERSIFIZIERTEM PORTFOLIO, ERFOLGREICHEN INNOVATIONEN, FINANZKRAFT & ENGAGIERTEM TEAM



¹ Je Vorzugsaktie ² Vorschlag je Vorzugsaktie an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 16. April 2021

► PROGNOSE FÜR 2020 ERREICHT

	AUSBLICK (März 2020, vor COVID ¹)	AUSBLICK (Oktober 2020 ²)	ERREICHT	
Organisches Umsatzwachstum	0 bis 2%	-2 bis -1%	-0,7%	✓
Ber. EBIT-Marge	~15%	13 bis 13,5%	13,4%	✓
Ber. EPS-Wachstum ³	Mittlerer bis hoher einstelliger Prozent- bereich unter VJ	-22 bis -18%	-17,9%	✓

¹ Veröffentlicht am 5. März 2020, zurückgenommen am 7. April 2020

² Veröffentlicht am 9. Oktober 2020

³ Je Vorzugsaktie, bei konstanten Wechselkursen

AGENDA

01 Wesentliche Entwicklungen 2020

02 **Purposeful Growth Agenda –
Fortschritte im ersten Jahr**

03 Finanzzahlen 2020

04 Ausblick 2021

05 Purposeful Growth Agenda –
Weg nach vorne 2021

06 Zusammenfassung

WIN THE 20s THROUGH
PURPOSEFUL GROWTH

GANZHEITLICHES WACHSTUM

Herausragenden
Wert für Kunden & Konsumenten
schaffen, um stärker als unsere Märkte zu wachsen

Unsere Führungsrolle im Bereich
Nachhaltigkeit stärken, um die Zukunft von
Henkel zu gestalten und einen Beitrag für
Gesellschaft und Umwelt zu leisten

Stolz und Zugehörigkeitsgefühl bei unseren
Mitarbeitern stärken und ihnen Entwicklungs-
und Gestaltungsmöglichkeiten eröffnen

▶ STARKE FORTSCHRITTE BEI STRATEGISCHER AGENDA IM JAHR 2020

- Agenda für ganzheitliches Wachstum eingeführt und Umsetzung begonnen
- Klare und greifbare Fortschritte, und die Entwicklung geht weiter
- Keine Kompromisse trotz starkem Fokus auf Krisenmanagement

GANZHEITLICHES WACHSTUM

ERFOLG-
REICHES
PORTFOLIO

WETTBEWERBSVORTEILE

ZUKUNFTS-
FÄHIGE
GESCHÄFTS-
PROZESSE

INNOVATION

NACH-
HALTIGKEIT

DIGITALI-
SIERUNG

KULTUR DER ZUSAMMENARBEIT &
GESTALTUNGSSPIELRAUM FÜR MITARBEITER

Portfolio-Maßnahmen mit ersten greifbaren Ergebnissen

- **Aktives Portfoliomanagement** gestartet, Prozesse für weitere Umsetzung aufgesetzt
- Verkäufe abgeschlossen oder vereinbart sowie Geschäfte eingestellt **mit einem jährlichen Umsatzvolumen von > 100 Mio. Euro**
- **~60% des Umsatzes im Turnaround-Cluster mit besserer Dynamik**
- **Zwei Akquisitionen für rund 500 Mio. Euro abgeschlossen**, unter Nutzung unserer starken Bilanz



Wachstum durch Innovationen bei Beauty Care

- Relaunch von **Gliss Kur, Syoss und Nature Box** unterstützt gutes organisches Umsatzwachstum im Retailgeschäft
- **>20% organisches Umsatzwachstum** mit unserer größten nordamerikanischen Marke **Dial**
- **Zweistelliges Wachstum bei Colorationen** mit weltweitem Marktanteilsgewinn von 40 bp
- **Neuer Inkubator „Fritz Beauty Lab“** führt neue D2C-Marke **M:ID** in nur **6 Monaten** ein



Innovationen unterstützen sehr starkes Wachstum bei Laundry & Home Care

- **Geschirrspülmittel gewinnen weltweit 120 bp** Marktanteile durch starke Innovationen und gezielte Kommunikation von „Brand Purpose“
- **Waschmittel-Caps mit zweistelligem Wachstum**, unterstützt durch hochmoderne **Persil 4in1 DISCS**
- Erfolgreicher Launch der **nachhaltigen** Marke **Love Nature** durch internes Inkubator-Team
- **Durchschnittliche Markteinführungszeit 2020 um 5 Wochen** ggü. Vorjahr deutlich **verbessert**



Nutzung der globalen **Innovationskraft** bei Adhesive Technologies

- Hochwirksame Innovationen inkl. Klebstoffe für Kompaktkameramodule und Abdichtungslösungen führen zu **fast zweistelligem Wachstum im Bereich Unterhaltungselektronik**
- **Marktanteilsgewinne mit Lösungen für E-Mobilität:** Anzahl kundenzentrierter Innovationsprojekte verdoppelt, Ausbau des Portfolios für E-Antriebe
- Deutlich schnellere Produktentwicklung durch **neue F&E-Plattform „Albert“** – erfolgreicher Pilot mit erstem Prototypen innerhalb von 3 Tagen statt mehrerer Wochen



- **Wichtige Meilensteine im Jahr 2020** bei der Umsetzung der ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie erreicht
- **Führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit** durch zahlreiche internationale Ratings und Rankings bestätigt

Starke Erfolgsbilanz und Fortschritte bei unseren **Nachhaltigkeitszielen**



- **Klimapositiv werden bis 2040:**
Virtueller Stromabnahmevertrag („virtual power purchase agreement“) für erneuerbare Energien, der 100% unseres Strombedarfs in den USA abdeckt
- **Kreislaufwirtschaft vorantreiben:**
Erhöhung des Anteils an recyceltem Plastik um 50%¹ und >400 Mio. Flaschen im Jahr 2020 aus 100% recyceltem Plastik
- **Beitrag zum gesellschaftlichen Fortschritt:**
Anteil an zertifiziertem nachhaltigen Palmöl von 81% auf 90%¹ erhöht, weitere Unterstützung von Kleinbauern

Förderung der **Nachhaltigkeit** zur der Bewältigung globaler Herausforderungen



Nachhaltigkeit nutzen im gesamten Konsumentenportfolio

- Nachhaltige Verpackungen aus **recyceltem Kunststoff**, z.B. **Nature Box** mit **98% Social Plastic** im gesamten Flaschenportfolio
- Zukunftsweisende **Nachfüllstationen** mit Marken wie **Love Nature** und **Authentic Beauty Concept**
- Nachhaltige **E-Commerce-Lösungen**: **Persil Eco Power Bars** mit 91% recycelbarer Verpackung und 95% weniger Plastik¹

¹ vs. klassische Persil-Flüssigwaschmittel



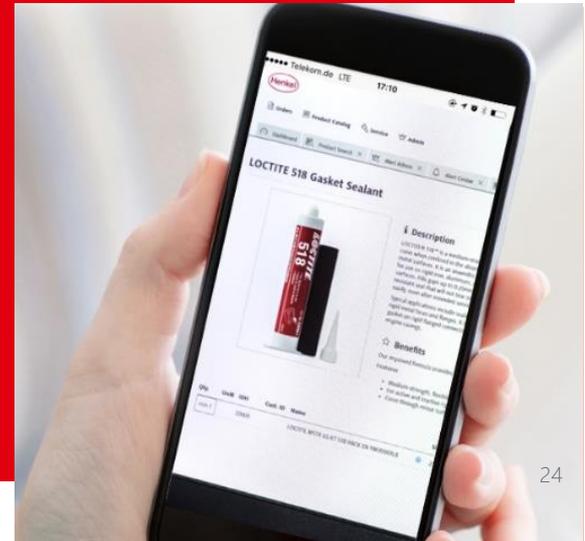
Nachhaltigkeit im gesamten Industrie- portfolio vorantreiben

- Weniger Plastik und erhöhte Recyclingfähigkeit in der **Verpackungsindustrie** – bis zu 90% weniger Kunststoffverpackungsfolien entlang der Lieferkette von Einzelhandelsunternehmen
- Nachhaltige Klebelösungen für die **Sport- und Modeindustrie** reduzieren den CO₂-Fußabdruck bei Klebprozessen von Schuhen um bis zu 30%
- Lösungen für versiegelte Komponenten erhöhen die Produktivität um 20% und reduzieren den CO₂-Fußabdruck in der **Metallindustrie**



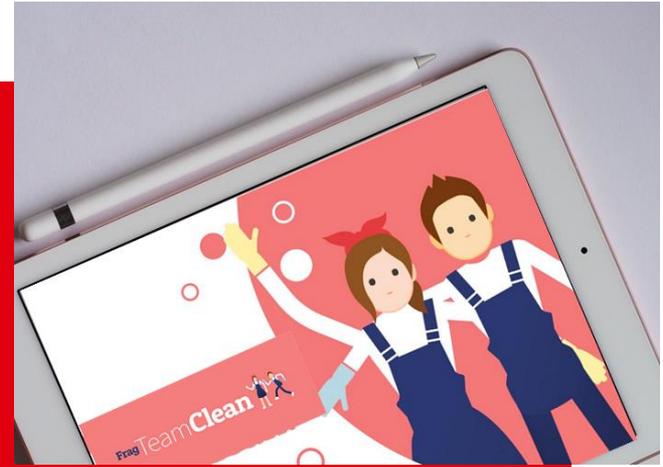
- **Anteil der Digitalumsätze steigt im Konzern auf ~15%**, mit Zuwächsen in allen Unternehmensbereichen
- **Wachstum der digitalen Umsätze um >60%** im Konsumentengeschäft (Beauty Care und Laundry & Home Care)
- **Online-Shop von Adhesive Technologies** jetzt in >60 Ländern, digitaler Umsatz steigt auf >2 Mrd. Euro

Beschleunigtes Wachstum der digitalen Umsätze



- **eSalon mit stark zweistelligem Wachstum**, Entwicklung zur Mehrmarken-D2C-Personalisierungsplattform
- Deutliche Umsatzsteigerung aus D2C-Vertrieb, **Stärkung digitaler Kompetenzen** durch Akquisitionen
- Führende **Laundry & Home Care**-Plattform „**Ask Team Clean**“ verfügbar in **9 Märkten** mit **Omnichannel-Präsenz**

Verstärkung der direkten Interaktion mit Verbrauchern über **digitale** Kanäle



- Alle drei Unternehmensbereiche mit **verbesselter Organisationsstruktur**:
 - Vier kundenzentrierte strategische Geschäftseinheiten bei Adhesive Technologies
 - Innovation und Entscheidungsfindung in Konsumentengeschäften näher am Markt
- Verbesserte Geschäftsausrichtung im **Einkauf**
- Neue Digital-Einheit **Henkel dx**,
Eröffnung des ersten „Innovation Hub“ in Berlin

Neugestaltung der
Geschäftsprozesse für schnellere
Entscheidungen und Marktnähe



Stärkung der **Kultur der Zusammenarbeit**, starke Dynamik für künftigen Erfolg

- **Kultureller Wandel** Henkel-übergreifend beschleunigt, um die Unternehmens-Transformation voranzutreiben
- **Leadership Commitments** im Zentrum, Umsetzung für alle 53.000 Mitarbeiter
- **Verbesserungsmöglichkeiten** definiert auf Basis einer breit angelegten internen Befragung unter 10.000 Mitarbeitern
- **Einzel- und Teamprogramme**, um die Mitarbeiter fit für die Zukunft zu machen, mehr als doppelt so viele digitale Seminare



FORTSCHRITTE 2020

Fortschritte bei Verkäufen und Turnaround von Geschäften, 2 Akquisitionen abgeschlossen

Wirkungsvolle Innovationen eingeführt, unterstützt durch erhöhte Wachstumsinvestitionen

Wichtige Nachhaltigkeits-Meilensteine erreicht, starke Initiativen in allen Unternehmensbereichen

Digitaler Umsatz um >60% in Konsumentengeschäften gestiegen

Neugestaltung der Geschäftsprozesse, neue Digital-Einheit

Leadership Commitments in Umsetzung, kultureller Wandel beschleunigt

AGENDA

01 Wesentliche Entwicklungen 2020

02 Purposeful Growth Agenda –
Fortschritte im ersten Jahr

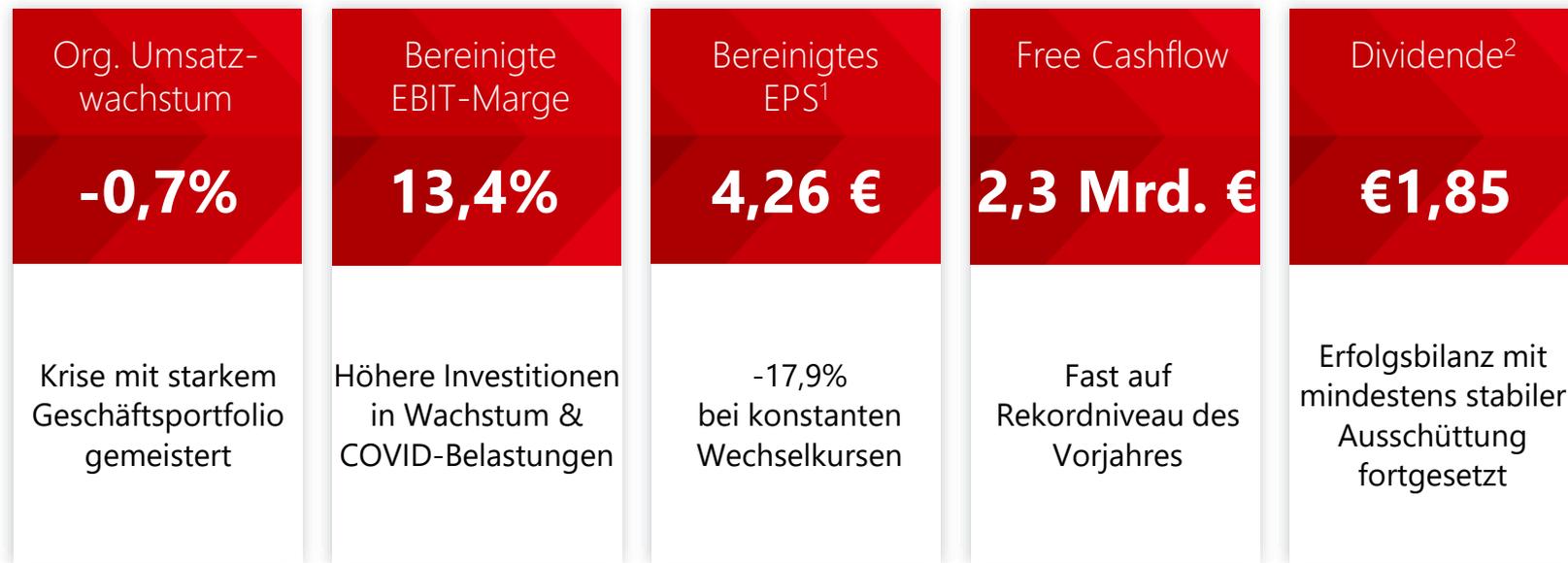
03 **Finanzzahlen 2020**

04 Ausblick 2021

05 Purposeful Growth Agenda –
Weg nach vorne 2021

06 Zusammenfassung

▶ ROBUSTE ENTWICKLUNG IM GESCHÄFTSJAHR 2020



¹ Je Vorzugsaktie ² Vorschlag je Vorzugsaktie an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 16. April 2021

▶ ROBUSTE ENTWICKLUNG IM GESCHÄFTSJAHR 2020



¹ Je Vorzugsaktie ² Vorschlag je Vorzugsaktie an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 16. April 2021

► UMSATZENTWICKLUNG GESCHÄFTSJAHR 2020

**Organisches
Umsatzwachstum**

-0,7%

M&A

+0,3%

**Währungskurs-
effekte**

-3,9%

**Nominales
Umsatzwachstum**

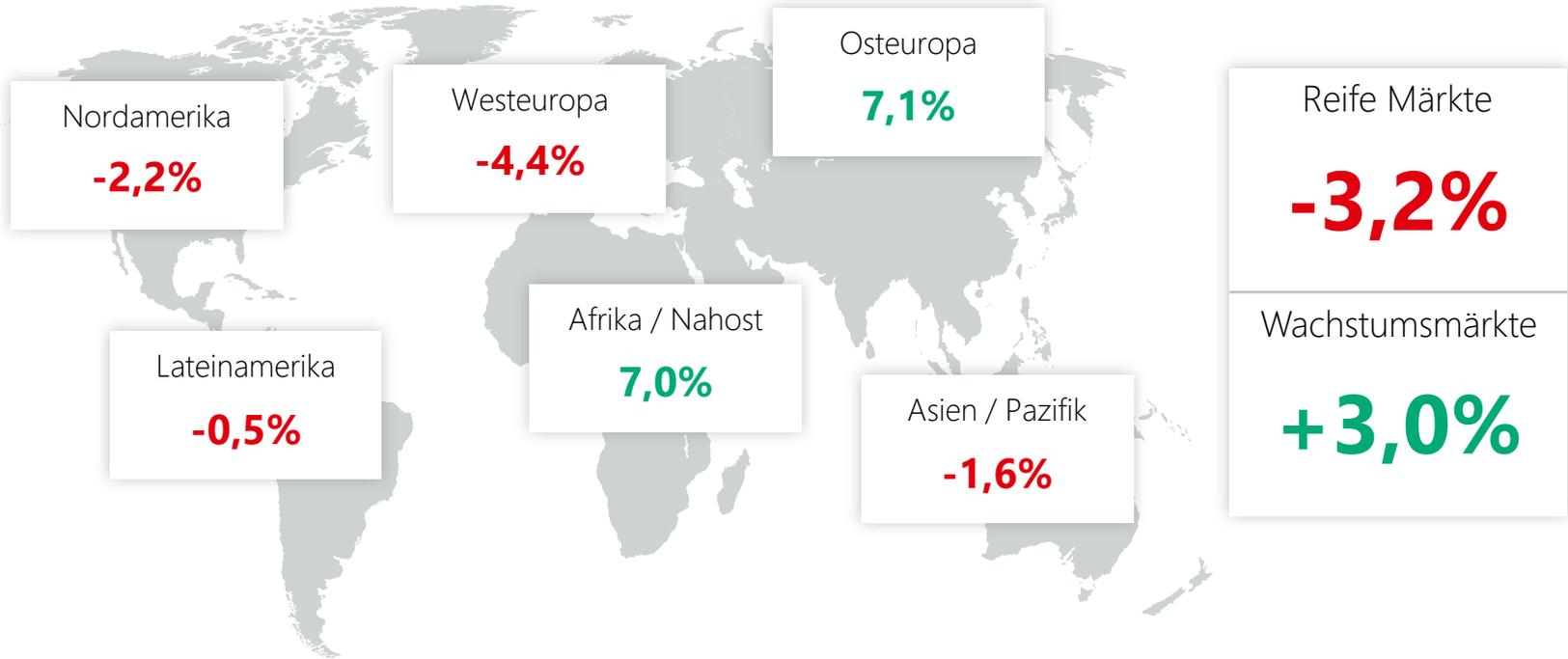
-4,3%

- Robuste organische Umsatzentwicklung des Geschäftsportfolios in sehr herausforderndem Umfeld
- Währungseffekte beeinträchtigen die nominale Umsatzentwicklung, vor allem im zweiten Halbjahr

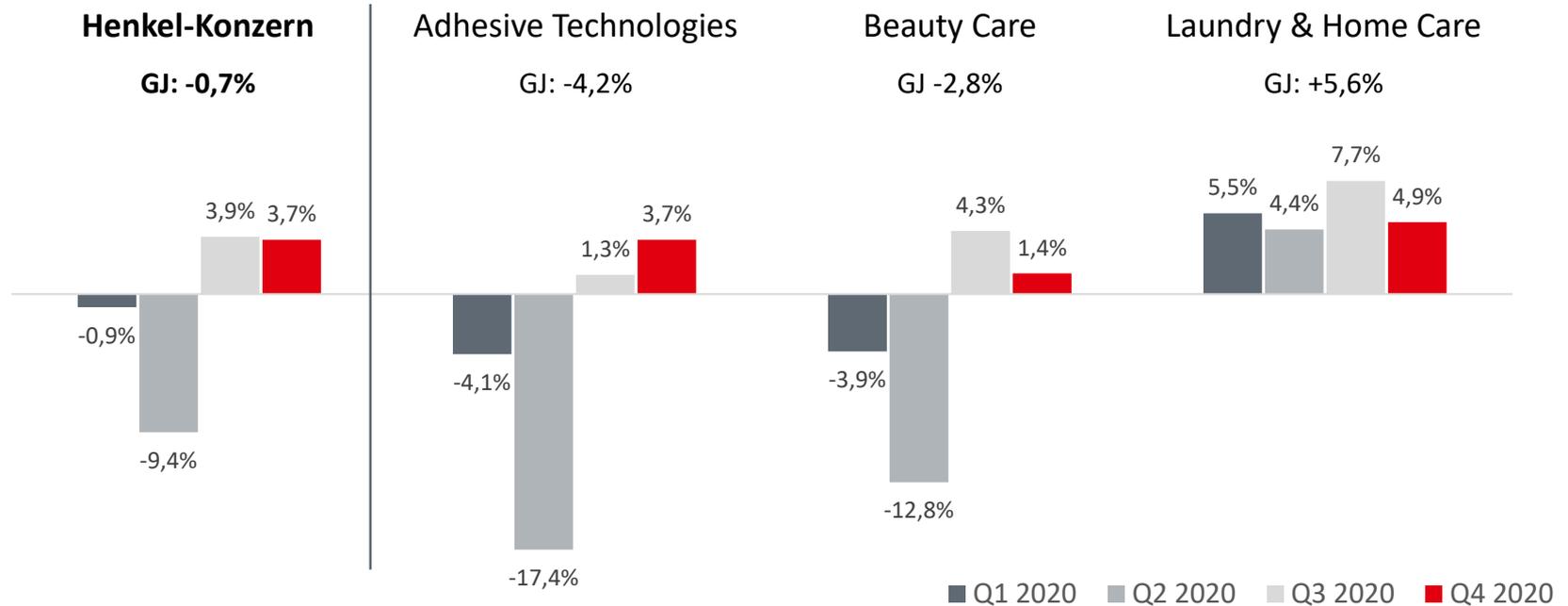


REGIONALE ENTWICKLUNG

ORGANISCHE UMSATZENTWICKLUNG IM GESCHÄFTSJAHR 2020



▶ ORGANISCHE UMSATZENTWICKLUNG DER UNTERNEHMESBEREICHE



➤ **Erholung bei Adhesive Technologies, Beauty Care durch Friseursalon-Schließungen im vierten Quartal belastet, anhaltend starke Entwicklung bei Laundry & Home Care**



ADHESIVE TECHNOLOGIES

ORG. UMSATZWACHSTUM: -4,2%

- Insgesamt robuste Entwicklung im Jahr 2020 dank kontinuierlicher Erholung in allen Geschäftsfeldern im zweiten Halbjahr
- Automobil & Metall aufgrund des deutlichen Rückgangs der weltweiten Automobilproduktion im niedrigen zweistelligen Prozentbereich unter Vorjahr
- Verpackungen & Konsumgüter mit gutem Wachstum durch starkes Verpackungsgeschäft
- Elektronik & Industrie aufgrund schwacher Industrienachfrage negativ, deutliches Wachstum bei Elektronik
- Handwerk, Bau & Gewerbe unter Vorjahr, aber starker Aufschwung in zweiten Halbjahr 2020



BEAUTY CARE

ORG. UMSATZWACHSTUM: -2,8%

- Retailgeschäft mit gutem Wachstum dank sehr starker Entwicklung in der zweiten Jahreshälfte
- Haar-Retailgeschäft trotz Pandemie mit stabiler Entwicklung durch zweistelliges Wachstum bei Colorationen
- Deutliches Wachstum im Bereich Körperpflege, insbesondere getragen durch die Marke Dial in Nordamerika
- Friseurgeschäft pandemiebedingt mit deutlichem Rückgang, Erholung im 2. HJ, aber erneut beeinträchtigt durch COVID-19-Restriktionen zum Jahresende
- Wachstum der digitalen Umsätze im hohen zweistelligen Prozentbereich, getrieben durch D2C

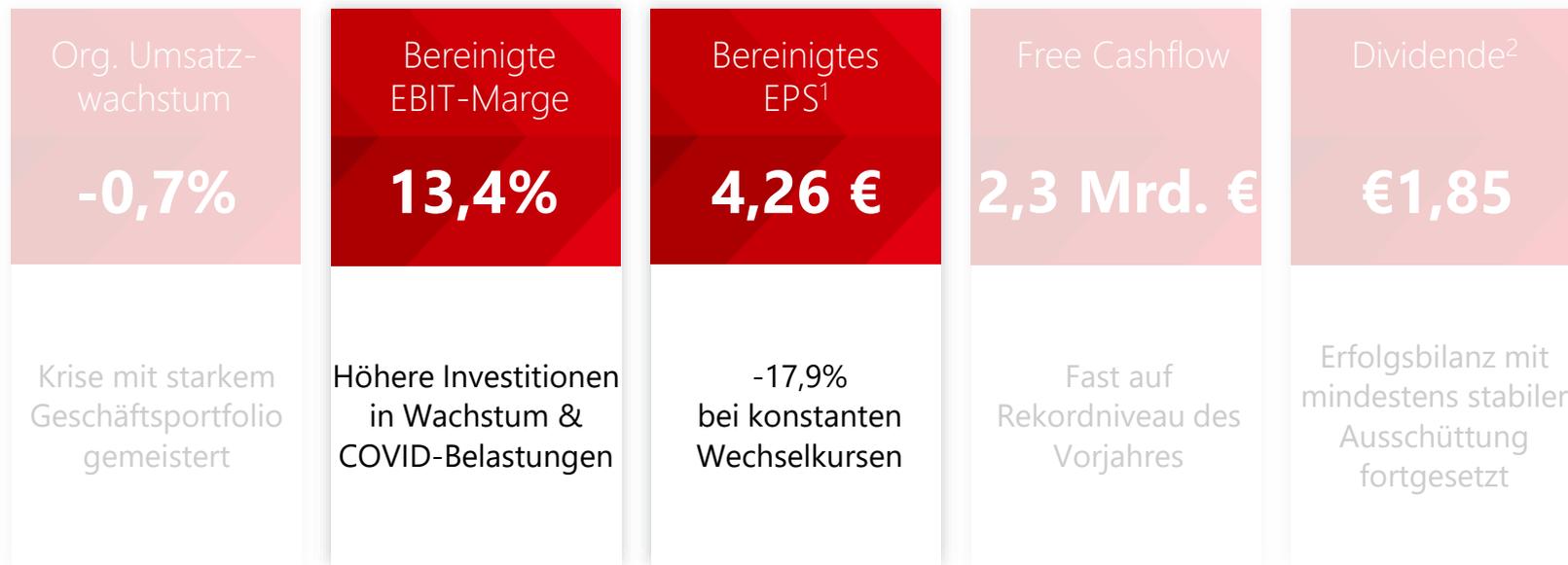


LAUNDRY & HOME CARE

ORG. UMSATZWACHSTUM: +5,6%

- Wachstum in allen Regionen, zweistelliges Wachstum in Asien/Pazifik, Afrika/Nahost und Osteuropa; Rekordmarktanteile in Europa
- Kernmarken Pril, Somat und Bref treiben mit starken Innovationen zweistelliges Wachstum im Bereich Reinigungsmittel
- Gutes Wachstum im Bereich Waschmittel unterstützt durch innovative Persil 4in1 DISCS
- Nordamerika mit gutem organischen Umsatzwachstum, aber rückläufigen Marktanteilen
- Wachstum der E-Commerce-Geschäfte im mittleren, zweistelligen Prozentbereich, durch COVID-19 weiter beschleunigt

▶ ROBUSTE ENTWICKLUNG IM GESCHÄFTSJAHR 2020



¹ Je Vorzugsaktie ² Vorschlag je Vorzugsaktie an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 16. April 2021

► VOM BERICHTETEN ZUM BEREINIGTEN EBIT GESCHÄFTSJAHR 2020

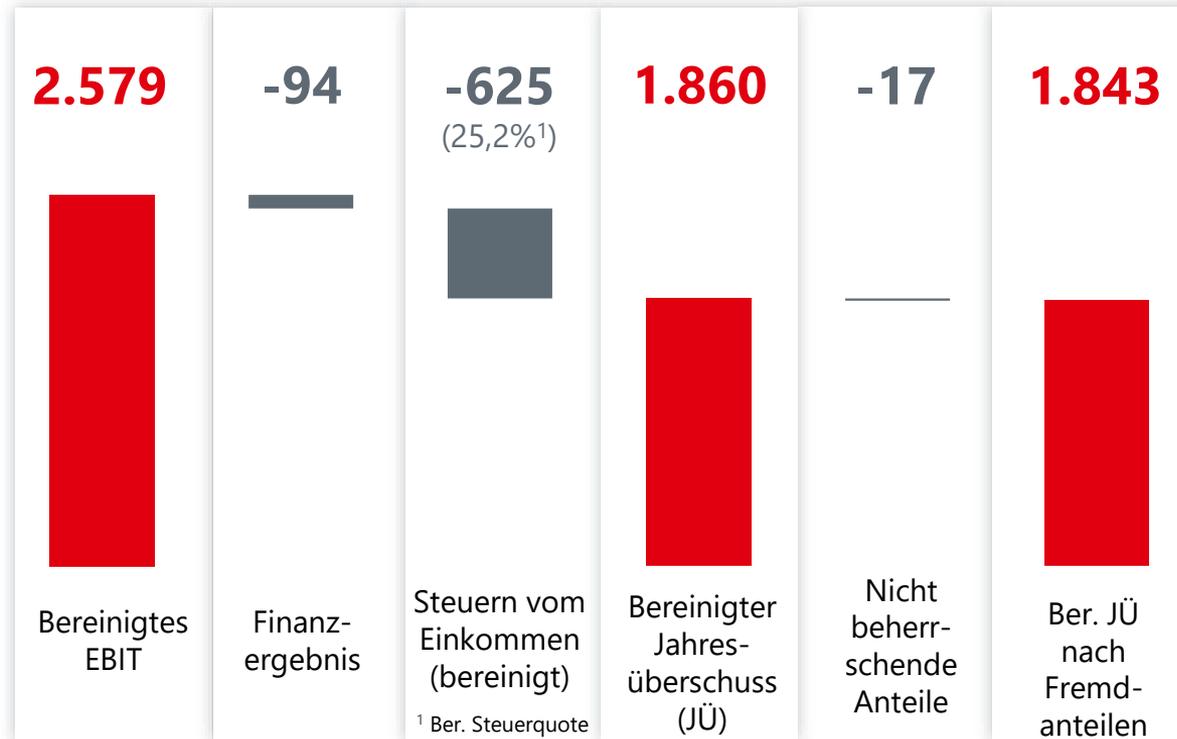
in Mio. €

Berichtetes EBIT	Einmalige Erträge	Einmalige Aufwendungen	Restrukturierungsaufwendungen	Bereinigtes EBIT
2.019	-5	+328	+237	2.579

- Nicht zahlungswirksame Wertminderungen in Höhe von 303 Mio. € im Zusammenhang mit aktivem Portfoliomanagement
- Restrukturierungsaufwendungen vor allem durch Optimierung der Produktions- und Vertriebsstrukturen

▶ BEREINIGTES EPS UNTER VORJAHESNIVEAU GESCHÄFTSJAHR 2020

in Mio. €



Ber. EPS je Vorzugsaktie
4,26 €
-21,5% y-o-y
-17,9% bei konstanten Währungen

▶ ROBUSTE ENTWICKLUNG IM GESCHÄFTSJAHR 2020



¹ Je Vorzugsaktie ² Vorschlag je Vorzugsaktie an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 16. April 2021

► FORTGESETZTE INVESTITIONEN

715 Mio. €

Investitionen in bestehende Geschäfte
in Höhe von 3,7% des Umsatzes

Fokus auf Wachstum und
Kapazitätserweiterungen

470 Mio. €

Konsequente Umsetzung der M&A-Strategie
Akquisitionen von Beauty-D2C-Marken sowie
Konsumenten-Dichtstoffgeschäft in Nordamerika



▶ STARKER FREE CASHFLOW & FINANZIELLE FLEXIBILITÄT

Geschäftsjahr 2020

Free Cashflow

2.338 Mio. €

Veränderung vs. Vorjahr

-133 Mio. €

- Starke Free Cashflow Entwicklung aufgrund der Verbesserung des Netto-Umlaufvermögens

Nettofinanzposition

-888 Mio. €

Veränderung vs. Jahresende

+1.159 Mio. €

- Finanzieller Handlungsspielraum durch verbesserte Nettoverschuldung, nicht in Anspruch genommene Kreditlinien und Spielraum im Debt-Issuance-Programm
- Starkes Single-A-Rating
- Erfolgreiche Anleiheplatzierungen zu attraktiven Konditionen

▶ STABILE DIVIDENDE TROTZ COVID-BELASTUNGEN

1,85¹ €

Stabile Dividende dank starker Finanzbasis

Berücksichtigung des besonderen Charakters der Ergebnisbelastungen durch COVID-Effekte

43,7%

Ausschüttungsquote oberhalb der angestrebten Bandbreite

Für die Zukunft bleibt Dividendenpolitik unverändert bei 30 bis 40%

¹ Vorschlag an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 16. April 2021



AGENDA

01 Wesentliche Entwicklungen 2020

02 Purposeful Growth Agenda –
Fortschritte im ersten Jahr

03 Finanzzahlen 2020

04 **Ausblick 2021**

05 Purposeful Growth Agenda –
Weg nach vorne 2021

06 Zusammenfassung

► GESCHÄFTSUMFELD IM JAHR 2021

WESENTLICHE ANNAHMEN

- Nach starkem Rückgang im Jahr 2020 wird für 2021 eine Belebung der industriellen Nachfrage erwartet, wobei die Nachfrage in manchen Bereichen und Regionen, die für Henkel von Bedeutung sind, voraussichtlich nicht das Vorkrisenniveau erreichen wird.
- Normalisierung der Nachfrage nach Konsumgütern im Laufe des Jahres, aber die Unsicherheit über den weiteren Verlauf der Infektionsraten und die damit verbundenen Einschränkungen bleibt hoch.

Der Ausblick
von Henkel
für 2021
basiert auf
folgenden
Annahmen

- Die Industrienachfrage und für Henkel wesentliche Bereiche des Konsumgütergeschäfts, insbesondere das Friseurgeschäft, werden sich erholen, teilweise deutlich.
- Normalisierung der Nachfrage in Kategorien des Konsumgütergeschäfts, in denen es pandemiebedingt eine erhöhte Nachfrage gab.
- Aufhebung bestehender Beschränkungen im Verlauf des ersten Quartals und keine weitreichenden Geschäfts- und Produktionsschließungen in Industrie und Handel im Jahresverlauf.

► AUSBLICK 2021

Organisches Umsatzwachstum

+2,0 bis 5,0%

Adhesive Technologies	+2,0 bis 6,0%
Beauty Care	+2,0 bis 6,0%
Laundry & Home Care	+1,0 bis 3,0%

Bereinigte EBIT-Marge

13,5 bis 14,5%

Adhesive Technologies	15,5 bis 16,5%
Beauty Care	10,5 bis 12,0%
Laundry & Home Care	15,0 bis 16,0%

Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS)¹

+5 bis 15%

bei konstanten
Wechselkursen

¹ je Vorzugsaktie

AGENDA

01 Wesentliche Entwicklungen 2020

02 Purposeful Growth Agenda –
Fortschritte im ersten Jahr

03 Finanzaahlen 2020

04 Ausblick 2021

05 **Purposeful Growth Agenda –
Weg nach vorne 2021**

06 Zusammenfassung

GANZHEITLICHES WACHSTUM IM JAHR 2021

Erfolgreiches
Portfolio

Wettbewerbsvorteile

Zukunfts-
fähige
Geschäfts-
prozesse

Innovation

Nachhaltigkeit

Digitalisierung

Kultur der Zusammenarbeit & Gestaltungsmöglichkeiten für Mitarbeiter

STRATEGISCHE FOKUSFELDER 2021

Geplante Verkäufe/Einstellungen abschließen und Turnaround-Cluster weiter verbessern; Akquisitionen bleiben integraler Bestandteil der Strategie

Wettbewerbsvorteile erzielen durch erfolgsversprechende Innovationen, Nachhaltigkeit und Digitalisierung im gesamten Unternehmen

Auf zukunftsfähigen Geschäftsprozessen aufbauen

Stärkung des Kulturwandels – spürbar für alle Mitarbeiter

▶ ADHESIVE TECHNOLOGIES WETTBEWERBSVORTEILE 2021

- **Wachstum in attraktiven Märkten beschleunigen**
 - Weltweit führende Position und das einzigartige Portfolio über Märkte und Industrien hinweg
 - Hohe hohe Wachstumschancen durch Kundennähe, Anwendungs-Know-How & Technologieführerschaft erschließen
- **Ausbau der Führungsposition durch Nachhaltigkeit**
 - Systematische Entwicklung des Portfolios und des Betriebs mit Blick auf den Beitrag zur Nachhaltigkeit
 - Innovative Lösungen sollen Kunden helfen, ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen oder zu übertreffen
- **Neue Möglichkeiten schaffen durch Digitalisierung**
 - Kundenerlebnis über alle Anknüpfungspunkte digitalisieren
 - Datenintegration & digitale Plattformen weiter ausbauen



▶ BEAUTY CARE

WETTBEWERBSVORTEILE 2021

- **Erfolg im Friseurgeschäft**
 - Volle Unterstützung unserer Friseursalon-Partner
 - Starke, nachhaltige Premium-Innovationen
 - Aufbau eines digitalen Ökosystems inkl. weiterem Roll-out von SalonLab
- **Wachstumsdynamik im Retailgeschäft nutzen mit Fokus auf Kernmarken**
 - Beschleunigte Erweiterung des Colorationsportfolio und Wachstumsdynamik im Pflege-Segment nutzen
 - Styling als Kategorieführer wiederbeleben
 - Erfolgreiche Entwicklung in Nordamerika fortsetzen
- **Nachhaltige Portfolio-Transformation** vorantreiben
- **D2C-Geschäft stärken** durch Nutzung des End-to-End-Ökosystems und weiterer **E-Commerce weiter ausbauen**



▶ LAUNDRY & HOME CARE WETTBEWERBSVORTEILE 2021

■ Innovationsführerschaft ausbauen

- Mit Caps über das gesamte Portfolio gewinnen
- Einführung neuer Hygieneprodukte
- Regionale Exzellenz durch „glocal“-Innovationen stärken

■ Digitalisierung & Nachhaltigkeit vorantreiben

- E-Commerce ausbauen und Industrie 4.0 stärken
- Kreislaufwirtschaft mit Fokus auf Plastik vorantreiben
- Gezielter Roll-out von „Brands with Purpose“

■ Rebound Nordamerika

- Kulturwandel mit neuen Strukturen und neuem Team
- Umfassendes Portfolio-Management
- Wirkungsvolle Innovationen für Kernmarken mit starker Werbe-Unterstützung





► KULTURWANDEL VORANTREIBEN

- Kulturellen Wandel im Tagesgeschäft verankern, um die **Mitarbeiter zu befähigen, die Unternehmensleistung zu steigern**
- Umsetzung eines **ganzheitlichen Konzepts für die Zukunft der Arbeit**, um den veränderten Erwartungen der Mitarbeiter gerecht zu werden und unsere Arbeitgebermarke weiterzuentwickeln
- Stärkung von **Vielfalt und Inklusion als oberste Priorität**, um die Identität von Henkel zu stärken
- **Weiterbildungsinitiativen** beschleunigen, um die wettbewerbsfähigsten Mitarbeiter für heute und morgen zu entwickeln

▶ MITTEL- BIS LANGFRISTIGE FINANZIELLE AMBITION

Organisches Umsatzwachstum

Organisches
Umsatzwachstum von
2 bis 4 Prozent

EPS- Wachstum

Bereinigtes EPS-
Wachstum im mittleren
bis hohen einstelligen
Prozentbereich bei
kontanten Wechselkursen

Free Cashflow

Weiterer Fokus auf
Ausbau des Free
Cashflow

- Vielversprechende Wachstumschancen mit herausragender Umsetzung verfolgen
- Kostendisziplin und Fokus auf Marge beibehalten

▶ MIT ZUVERSICHT IN DAS GESCHÄFTSJAHR 2021

- Starke Fortschritte im Jahr 2020 erzielt – trotz Fokus auf Krisenmanagement
- Agenda für ganzheitliches Wachstum in voller Umsetzung, Ausbau von Wettbewerbsvorteilen im Jahr 2021
- Spürbarer Kulturwandel für jeden Mitarbeiter bei Henkel

GANZHEITLICHES WACHSTUM

ERFOLG-
REICHES
PORTFOLIO

WETTBEWERBSVORTEILE

ZUKUNFTS-
FÄHIGE
GESCHÄFTS-
PROZESSE

INNOVATION

NACH-
HALTIGKEIT

DIGITALI-
SIERUNG

KULTUR DER ZUSAMMENARBEIT &
GESTALTUNGSSPIELRAUM FÜR MITARBEITER

Q&A

AGENDA

01 Wesentliche Entwicklungen 2020

02 Purposeful Growth Agenda –
Fortschritte im ersten Jahr

03 Finanzzahlen 2020

04 Ausblick 2021

05 Purposeful Growth Agenda –
Weg nach vorne 2021

06 **Zusammenfassung**

▶ ZUSAMMENFASSUNG

- Henkel mit insgesamt **robuster Entwicklung im Jahr 2020** in einem sehr herausfordernden Geschäftsumfeld, Wachstum in allen Unternehmensbereichen im zweiten Halbjahr
- **Sicherheit der Mitarbeiter gewährleisten, Kunden versorgen und gesellschaftlicher Verantwortung wahrnehmen** zu jeder Zeit während der Pandemie
- **Starke finanzielle Basis** mit einem Free Cashflow fast auf dem Rekordniveau des Vorjahres und verbesserter Nettofinanzposition
- **Erfolgsbilanz mit stabiler oder steigender Dividende¹** trotz COVID-Belastungen fortgesetzt
- Umsetzung der **Agenda für ganzheitliches Wachstum** erfolgreich gestartet, mit **deutlichen und messbaren Fortschritten** und klarem Plan für die Zukunft
- **Positiver Ausblick für das Jahr 2021** mit erwarteter Erholung der Industrienachfrage und des Friseurgeschäfts bei weiterhin hoher Unsicherheit

¹ Vorschlag an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 16. April 2021

VIELEN DANK